新媒体时代电视新闻标题的“五性”提升

王冬牛
（诸暨市融媒体中心，浙江 绍兴 311800）

摘 要：近年来，电视台为弥补自身在互动性、时效性方面的不足，纷纷推出微信公众号与新媒体融合。为提升点击率和传播率，小编们在微信新闻标题上动足脑筋，使标题语言出现了新的特点。但电视新闻在标题一块却迟迟不敢创新或鲜有创新，在“贴近性”“形象性”“幽默性”“故事性”“文学性”五方面明显要落后于微信。本文从这“五性”特点出发，就电视新闻标题如何提升做了分析。

关键词：电视新闻标题；贴近性；形象性；幽默性；故事性；文学性　　**中图分类号：**G222.1　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）11-052-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.11.015
本文著录格式：王冬牛 . 新媒体时代电视新闻标题的“五性”提升 [J]. 中国传媒科技，2021（11）：52-54.

电视新闻标题是电视新闻的眼睛，它的好坏直接关系到吸引受众的程度。近年来，随着媒体融合步伐的加快，人们对社会外界的了解大多是从微信新闻获得的。出于竞争的需要，各家媒体在微信新闻标题上大做文章，形成了新的标题语言。而电视新闻尽管已经上网，但在标题制作上却依旧稳扎稳打，创新步伐明显落后于微信新闻。电视新闻要想争得更多的受众，同样需要创新变革，寻求一条既符合新闻客观规律，又能提升点击率和传播率的电视新闻标题制作新路。

1. 电视新闻标题存在的问题

与微信新闻标题相比，电视新闻标题内容形式单一，语言太过严肃，文字感染力不够，吸引力不强。[1] 存在以下几方面表现。

1.1 文字严肃，形式老套

电视作为传统主流媒体，时政新闻一直承担着党和政府的喉舌作用，在舆论引导上有着较高的权威性。因此，时政新闻标题往往以简单陈述句为主，形式单一老套，语言太过严肃朴实，不敢运用新词热词，给人以枯燥乏味的感觉。如：《XXX 在视察时强调：XXXXXXX XXXXXXX》《我市全面开展 XXX 活动》。但关于领导人要发表哪些重要讲话，提出哪些新思想、新思路或有新说法，标题本身很难创新，但涉及到领导参加一些具体活动的新闻，尽量要挖掘新闻活动中有真正价值的内容，或者捕捉一些花絮，如用一些新词热词来作为标题，让受众保有新鲜感。如：《王毅外长的“表情包"正在袭来》。

1.2 字数过长，不够精炼

电视新闻标题在屏幕上停留的时间不长，转瞬即逝，如果字数过多，会让观众难以看清。有的标题明明用一句话可以清晰表达意思，却为了凑成对偶句，再加上一句可有可无的话。其实这样不但起不到一目了然的作用，还让人看得费劲，难以加深印象。如：某地方台一则新闻《XXX：瞄准空调热换器细分市场 争做行业引领者》，这个标题共 21 个字，上下句字数也不对称，显然啰嗦偏长，若把标题改为《XXX：争做空调热换器市场引领者》，是不是简洁明了不少？

2. 电视新闻标题“五性”提升路径

综观微信新闻标题，具有贴近性、形象性、幽默性、故事性、文学性等几大特点。[2] 笔者以为，电视新闻标题要让人眼前一亮，可借鉴微信新闻标题，在这“五性”上进行提升。

2.1 贴近性：贴近时代，贴近生活

新闻语言一般都是紧随时代的变迁而变化的。当下网络语言不断推陈出新，新闻语言也应紧贴时代，把一些新鲜词汇、热门词汇运用到标题当中来。像“小鲜肉”“网红”“表情包”“尬聊”“打 CALL”等这些热词已在微信中广泛运用，且效果不错。笔者以为，只要这些新鲜词汇不低俗、不会产生负面影响，电视新闻就完全可以使用，以此来提高标题的新鲜度。如：《政府工作报告派发今年十大红包，速领！》。

另外，在新媒体时代，新闻标题语言还应向口语化和生活化靠拢。地方台可以把方言词汇用到标题中，跟受众拉近距离。

2.2 形象性：巧用数字，活用动词

2.2.1 巧用数字

电视新闻标题为了达到形象化的效果，有时可适当地运用数字，从而突出主要新闻要素，给受众留下深刻的印象。譬如在做成就报道时，以往电视新闻标题通常是“XXXXX 硕果累累”“XXXXX 成效显著”，这类标题往往显得大而空，如果能巧妙地运用数字，列出具体成绩，往往比“硕果累累”“成效显著”等标题更形象具体，更有说服力，更能抓住观众的眼球。2019 年，笔者从某地市委市政府有关会议上了解到，该市在“十三五”

期间，共获得国家级、省部级、市级科研成果 90 多项。按照过去的写法，一般都会把标题拟为《我市“十三五”科研硕果累累》，假如通过换算，将标题拟为《“十三五”：我市平均 20 天获一科技成果奖”》，显然要具体形象得多，也更容易让人记忆。

2.2.2　活用动词

电视新闻本身是动态的，因此在拟定标题时尽量让标题富有动感，而让标题富有动感最好的办法，就是尽可能在电视新闻标题中用一些形象的动词，让人看了瞬间为之所动，起到画龙点睛的作用。例如：前不久，绍兴市发出向新疆阿瓦提捐赠书籍的倡议后，诸暨市各中小学校积极响应，踊跃捐书 14 万册，作为这一新闻报道，标题多种多样，可列为《我市向阿瓦提捐书 14 万册》《14 万册爱心书籍“飞”向阿瓦提》等，从上面两个标题做比较，显然是后面一个略高一筹，《14 万册爱心书籍“飞”向阿瓦提》好就好在用了一个“飞”字，这个“飞”字不但形象，而且给人感觉捐书者爱心行动的迅速。

2.3 幽默性：语言诙谐，把握分寸

微信新闻标题的特点还体现在语言诙谐，给人营造一种轻松的氛围。受众在结束一天紧张的工作后，更喜欢浏览一些有趣的新闻来放松心情。[3] 那么，电视新闻标题语言要达到诙谐，又该怎么来实现呢？

2.3.1　巧用同（近）音词

汉语是世界上最丰富的语言，在众多汉语词汇中，声音相同或相近而意义有差别的非常多，把这些同（近）音词巧妙地运用到标题中，能使标题耐人寻味，达到幽默新颖的效果。例如：《“莓”好时光到来 基地采摘火爆》中的“‘莓’好时光”由“美好时光”谐音仿拟而来，既点明了什么水果正处于成熟采摘季，还告诉人们去水果基地采摘是一件很美好的事情。受众们体会到这两层意思后，无不会心一笑，为这个词的巧用大呼叫好。

2.3.2　巧借语体词

语体是指人们在长期使用语言的过程中，逐渐形成的多种不同风格的语文体式，因交际领域的不同，具体可分为科学语体、公文语体、文学语体等，每一种风格的语体都涵盖着相当数量的词语，这些词语统称为语体词。语体词的使用领域相对固定，但当把它借用到其他领域时，往往会产生意想不到的幽默效果。也就是说，在新闻标题中如果能够恰当地借用某一领域的语体词，可使标题更富幽默，更富有吸引力。例如：《红十字应急救援队：筑牢防护网 当好“守门员”》，“守门员”通常指足球场上的守门员，属于体育领域的语体词，现在把它用于应急领域，仔细体味，不失一种风趣。

2.3.3　善于正话反说

标题里正话反说，初看以为是曝光新闻，但是在看完整则新闻后，才发觉上当了，于是一笑而过。例如：微信里大家都在使用《千万别来 XX，我是认真的！》，这个标题叫人别来某地，看似是在说这个地方怎么不好，叫人千万别来，当你阅读后才知道说的是反话，文章其实是在说某地太美了，你来了之后会对这里着迷，不想再走了，所以说叫你千万别来。[4]

当然，制造幽默的方法还有很多，只不过，在用诙谐的语言来编制新闻标题时，一定要把握住分寸，既不失新闻的庄重与准确，也能在无形中带给人一丝轻松感。

2.4 故事性：设置悬念，讲好故事

为吸引受众，现在的微信新闻标题开始采取讲故事的方式，用一句话点出新闻事件中的结果或者最吸引人的情节，这就是所谓的悬念设置。那电视新闻标题是否可以借鉴呢？笔者认为，电视新闻标题也可设置悬念，只不过对文字的精炼要求更高。设置悬念通常有以下两种方法。

2.4.1　采用倒叙或插叙的办法

倒叙是把事件结果先写在开头，插叙是把故事中最出彩的点放在开头介绍，然后把事件原因、过程等具体内容留在正文中讲清楚，这样才能制造悬念，激发人们的好奇心。如《药店发错药 警方急寻人》，看了这个标题，作为受众脑子中就会冒出一连串问题，哪家药店发错了药？是什么药发错了？这位买主到底吃了没有？人吃了会不会出事？要知晓答案，就必须看完整则新闻，原来是一位男子给怀孕的妻子买烫伤药膏，男子拿走的药膏是孕妇禁用的，药店工作人员发现后及时报警寻求买主，民警通过翻查监控，最终及时找到买主，避免了一场事故的发生。再来看《无臂青年 XXX：脚趾敲响电商梦》这个标题，假如去掉“无臂青年”四个字，改为《XXX：脚趾敲响电商梦》，是不是更有悬念也更简洁？

2.4.2　采用提问的办法

电视新闻标题也可通过提问来引发受众思考，提起收看兴趣。这类标题提出的问题必须是受众想知道答案或者能引起共鸣的。如《最新水果“轻奢榜”你见过几个？》这则新闻，受众看到这个题目，就想看完这则新闻，了解一下最新水果品种到底有哪些。又如，《X 地发现多张清代捷报“第一名案元”是个什么梗？》这个标题采用提问方式也较恰当，受众如果想知道答案就一定会看完整则新闻。

2.5 文学性：注重修辞性，增强感染力

电视新闻标题如果具有文学性，能让标题富有美感，也能给受众留下深刻记忆，将受众带入古今相融、诗情画意的情境之中，让新闻作品更具感染力和渗透力。电视新闻标题的文学性可以通过以下方式实现。

2.5.1　巧用成语、诗词

在拟定一个新闻标题时，可对人们所熟知的成语、诗词进行模仿改造，通过对成语、古诗词的引用，往往能让新闻主题深化，感染力增强。如《五年磨一石 石雕版＜开国大典＞献礼国庆》就是套用“十年磨一剑”为题，让受众知道创作石雕作品《开国大典》的不容易。又如《战

士立功喜报半途而“飞”》，“半途而‘飞’”就是套用“半途而废”这个成语，简洁且生动形象。[5]

2.5.2 善用修辞，丰富文采

修辞方式有很多种，在这里主要介绍新闻标题中使用相对较多的比喻和对偶。

2.5.2.1 比喻的运用

比喻，实际上就是打比方。比如，甲事物跟乙事物有相似之处，那么甲事物就可以用乙事物来描写或说明甲事物。标题通过比喻，可以让语言变得生动形象，增强标题的感染力、说服力。如：《京州最强背锅侠“达康书记”是如何炼成的？》《重要提醒！中国381所“野鸡大学”名单在此，考生千万当心》。可见，把“达康书记”“野鸡大学”等受众熟悉的词语来作喻体，不但鲜明而准确地表达出传播者对本体的态度，还更好地引起了受众的共鸣。

2.5.2.2 对偶的运用

对偶就是用字数相等、结构相同或相似的两个短语或句子排列在一起，读起来朗朗上口。近年来对偶在新闻标题中运用较多，由于在词语结构、平仄相对上，新闻标题对对偶运用要求比较宽松，所以属于“宽对”。对偶修辞的运用，在一定程度上给电视新闻标题带来美感，但不能为对偶而对偶，标题内容不能空洞，一定要让受众看到实实在在的信息。如果信息内容能用一句话表达，那么就一定不要用对偶句，该简洁还得简洁。另外对偶的运用在字数上一定要控制，最好按照“五绝”“七绝”的标准，一句尽量用五个字或七个字来概括，相对来说，这样读起来比较上口，也便于记忆。

结语

在网络信息充斥的当下，无论是新媒体还是电视，媒体间的竞争说到底就是争夺受众的瞬间记忆。能否增强瞬间记忆吸引受众，关键取决于新闻标题的好坏。受新媒体的冲击，电视新闻要提高收视率，更应在标题的制作上下功夫，这需要电视记者编辑不断提高自身的文化素养，在文字上字斟句酌，多加揣摩推敲，尽量向“五性”靠拢，制作出既符合新闻规律又能满足受众收视需要的新闻标题，做到言简而意丰，牢牢抓住受众的眼球。不过，在注重“五性”的同时始终要牢记，新闻的生命在于真实，电视新闻标题的制作必须以真实为前提，不能为了过于追求“五性”、过于追求标题的巧妙而脱离新闻事实，随意虚构，那就会得不偿失。媒

参考文献

[1] 刘梓轶 . 媒体微信平台新闻标题语言的特点分析 [J]. 神州・上旬刊，2018（3）：63.

[2] 陈菊香 . 电视新闻标题的创新艺术 [J]. 视听，2015（5）：49-50.

[3] 李明文 . 新闻标题的幽默美 [J]. 军事记者，2005（11）：19-21.

[4] 赵勇黎 . 澎湃新闻微信公众号标题修辞的传播效果研究 [D]. 大连：大连理工大学，2018.

[5] 王茜 . 新媒体时代新闻标题制作策略探讨 [J]. 中国传媒科技，2020（11）：82-84.

作者简介：王冬牛（1973-），男，浙江诸暨，主任记者，研究方向：新闻采编、短视频及纪录片创作。

（责任编辑：胡杨）

（上接第60页）

不是原有内容的简单迁移。应当采用更加科学合理的创新发展策略来重构电视新闻业态。传统电视新闻终有一天将彻底不复存在，当各类智慧媒介与5G技术经过多阶段发展以后必将更加完善与成熟，更具融合性的电视新闻业态在广度和深度上将获得更大的发展。媒

参考文献

[1] 宋美杰 . 万物皆媒：5G时代的媒介变革与创新 [J]. 中国报业，2019（4）：18-21.

[2] 周文韬，孙志男 .5G背景下主流媒体融合转型的可能性分析 [J]. 新闻战线，2019（2）：66-68.

[3] 郗永淮 .5G时代电视新闻节目融合传播的创新路径探究 [J]. 新闻前哨，2021（7）：60-61.

[4] 昆仑 .2020年美国用户媒体使用研究：社交媒体明显分化 [EB/OL].（2020-05-27）https：//baijiahao.baidu.com/s?id=1667851867534329916&wfr=spider&for=pc.

[5] 包凌君，杨金妹，张琼子，周晓芳 . 疫情期间主流媒体加速了融合进程：中青年收视几近翻番 [EB/OL]. 收视中国，（2020-03-10）https：//new.qq.com/omn/20200310/20200310A00B0T00.html.

[6] 刘静 .5G时代电视新闻视频化转型研究 [J]. 电视技术，2021（2）：49-51.

作者简介：周合强（1980-），男，河北邯郸，广州华商学院传播与传媒学院讲师，研究方向：影视传播、影视文化、新媒体传播。

（责任编辑：涂东敏）